

ABSTRAK

Ditengah persaingan teknologi saat ini semakin ketat dengan berkembangnya perusahaan dalam bidang sistem pembayaran digital. Perkembangan dari sistem pembayaran digital yang sangat cepat, di industri finansial memiliki perkembangan kearah yang lebih efisien dan mudah digunakan dengan menggunakan teknologi moderen dibidang jasa pembayaran bernama *financial technology*. Dengan munculnya pembayaran digital membuat masyarakat melakukan transaksi finansial tanpa uang tunai dan karena manjamurnya bisnis *startup* membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dalam produk *financial technology* seperti contohnya Gopay dari Gojek, OVO Cash, LinkAja dan DANA yang saat ini sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk memetakan *positioning* keempat brand tersebut dibenak penggunaanya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multidimensional scalling* dengan menyebarkan sebanyak 400 responden di Jakarta dan Bandung. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengguna dari keempat pembayaran digital yang berkedudukan di kedua Kota tersebut.

Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa OVO mempunyai *positioning* yang paling kuat dibenak konsumen. Selanjutnya diikuti oleh Go-Pay, DANA dan LinkAja.

Kata Kunci: *Positioning, pembayaran digital, multidimensional scalling.*